

Percepção de risco e conhecimento em higiene por clientes de supermercados de pequeno e médio porte da região do Recôncavo Baiano - BA

Risk perception and knowledge in hygiene by small and medium-sized supermarket customers in the Recôncavo Baiano region – BA

Percepción de riesgo y conocimiento en higiene de los clientes de supermercados pequeños y medianos de la región de Recôncavo Baiano –BA

Recebido: 22/12/2022 | Revisado: 03/01/2023 | Aceitado: 04/01/2023 | Publicado: 06/01/2023

Edvaldo Nascimento Costa

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1920-7138>
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano, Brasil
E-mail: edvaldo.costa@ifbaiano.edu.br

Estefânia Prates Rodrigues

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4043-6186>
Universidade Estadual de Campinas, Brasil
E-mail: estefaniapratesrodrigues@gmail.com

Paulo Túlio de Souza Silveira

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7607-0561>
Universidade Estadual de Campinas, Brasil
E-mail: ptssilveira@gmail.com

Resumo

A percepção de risco pode ser considerada um determinante bem significativo da mudança de comportamento das pessoas. O presente estudo tem objetivo de estudar a percepção de risco e conhecimento em higiene por clientes de supermercados de pequeno e médio porte em cidades da região do Recôncavo Baiano, BA. A pesquisa foi realizada com 300 maior de 18 anos, nível de escolaridade entre ensino fundamental incompleto até superior completo. Um questionário estruturado foi aplicado para avaliar informações sociodemográficas, percepções de risco diante de práticas realizadas e conhecimento em higiene. O questionário foi aplicado via *Google Forms*, o público-alvo foi abordado via redes sociais e e-mails. Diante do apresentado, é possível concluir que através do questionário foi possível observar que os clientes de supermercados conseguem ter uma percepção dos riscos que podem ter certas atitudes realizadas pelos supermercados, como também conseguem avaliar as condições de higiene em que eles se encontram.

Palavras-chave: Boas práticas; Conhecimento em higiene; Segurança dos alimentos; Controle de qualidade.

Abstract

Risk perception can be considered a very significant determinant of people's behavior change. This study aims to study the perception of risk and knowledge in hygiene by customers of small and medium-sized supermarkets in cities in the region of Recôncavo Baiano, BA. The research was carried out with 300 people over 18 years of age, with a level of education ranging from incomplete elementary education to complete higher education. A structured questionnaire was applied to assess sociodemographic information, perceptions of risk in relation to the practices carried out and knowledge of hygiene. The questionnaire was applied via *Google Forms*, the target audience was approached via social networks and emails. Given the above, it is possible to conclude that through the questionnaire it was possible to observe that supermarket customers can have a perception of the risks that certain attitudes carried out by supermarkets may have, as well as being able to assess the hygiene conditions in which they find themselves.

Keywords: Good practices; Hygiene knowledge; Food safety; Quality control.

Resumen

La percepción del riesgo puede considerarse un determinante muy significativo del cambio de comportamiento de las personas. El presente estudio tiene como objetivo estudiar la percepción del riesgo y el conocimiento de la higiene por parte de los clientes de los supermercados pequeños y medianos en las ciudades de la región de Recôncavo de Baiano, BA. La encuesta se realizó con 300 mayores de 18 años, nivel educativo que va desde primaria incompleta hasta educación superior completa. Se aplicó un cuestionario estructurado para evaluar información sociodemográfica, percepciones de riesgo frente a las prácticas realizadas y conocimientos en higiene. El cuestionario se aplicó a través de Formularios de Google, el público objetivo se abordó a través de redes sociales y correos electrónicos. En vista de lo anterior, es posible concluir que a través del cuestionario se pudo observar que los clientes de los supermercados

son capaces de tener una percepción de los riesgos que pueden tener ciertas actitudes llevadas a cabo por los supermercados, así como poder evaluar la condiciones de higiene en que se encuentran.

Palabras clave: Buenas practicas; Conocimientos en higiene; Seguridad alimentaria; Control de calidad.

1. Introdução

A percepção de risco pode ser considerada um determinante bem significativo da mudança de comportamento das pessoas. Ela pode levar as pessoas a certos comportamentos quando relacionado à saúde (Ye et al., 2020). O modelo de percepção de risco inclui três elementos, a atitude da pessoa, sensibilidade ao risco e o medo pessoal (Sjöberg, 2000). A partir da presença desses três elementos, a percepção de risco de uma pessoa pode levá-la a mudanças comportamentais (Loxton et al., 2020).

De acordo com Weinstein (1987), quando o indivíduo perceber que um risco é alto, tende a tomar medidas protetivas que possam prevenir ou reduzir os riscos. Existe uma tendência a subestimar os perigos que são encontrados, principalmente aqueles que podem envolver riscos pessoais e os relacionados as doenças transmitidas por alimentos e alimentação. Os consumidores têm um papel importante na segurança dos alimentos, pois eles são os últimos que estão na defesa de prevenção contra as doenças que podem ser transmitidas pelos alimentos (Murray et al., 2017; Nesbitt et al., 2014). Doenças Transmitidas por Alimentos (DTA's), são provocadas com o consumo de alimentos e ou água que estejam contaminados, ou seja, quando existe a presença de microrganismos patogênicos, sendo estes prejudiciais à saúde daqueles que consomem.

O conhecimento dos indivíduos tem relação importante para a sua tomada de decisão (Park et al., 1994). A falta de conhecimento irá afetar diretamente a percepção dos indivíduos sobre os riscos que são desconhecidos (Bassararak et al., 2017). Os indivíduos tendem a desejar em adquirir mais conhecimentos para que assim possa equilibrar os sentimentos que estão associados a ele (Sturges, 1994), trazem em sua memórias alguns riscos que pertencem à situação atual, sendo assim que o conhecimento prévio da marca de um produto, por exemplo, como também as referências sociais e de risco irão afetar o processamento para que seja visualizado o risco (Hou & Zhang, 2017; Conchar et al., 2004; Sitkin & Pablo, 1992).

Existem diferenças no conhecimento em manuseio de alimentos para vários tipos de grupos. Variáveis demográficas, como nível de educação, sexo, idade, local de residência, renda, são considerados fatores importantes para os diferentes níveis de conhecimentos (Gong et al., 2016; Luo et al., 2019; Moreb et al., 2017). Alguns estudos têm mostrado que quando os consumidores possuem conhecimentos sobre as práticas de higiene, ajudam na prevenção das DTA's (Arendt et al., 2013; Osaili et al., 2011; Sharif & Al-Malki, 2010; Yasemin et al., 2013). Autores em estudos mais antigos, ao estudarem o conhecimento dos consumidores, também descobriram que o conhecimento, a prática e a atitude dos consumidores se tornaram fatores chaves para a prevenção das intoxicações alimentares (Angelillo et al., 2001; Patil, Cates & Morales, 2005).

A segurança dos alimentos está diretamente relacionada à percepção de risco de consumidores. Ela representa o julgamento subjetivo das pessoas sobre as incertezas ou possíveis efeitos adversos que podem causar na segurança dos alimentos, o que pode influenciar diretamente a percepção, julgamento e intenção de compras dos consumidores (Xiong, Liu, & Xie, 2011; Yeung & Morris, 2001).

Para um trabalho de inspeção em segurança dos alimentos bem elaborado, ele deverá ser capaz de transmitir informações sobre os riscos que podem causar aos consumidores (Dundes & Rajapaksa, 2001). Para que esse objetivo seja atingido, é necessário que a comunicação de risco ser abordados deverão ser relevantes para os consumidores (Frewer, 2004). A percepção de risco dos consumidores varia (Hansen et al., 2003), e sendo assim, a comunicação dos riscos deve ser baseada em percepção de risco de consumidores, como: preocupações, necessidades de informações e preferências (Charlebois & Summan, 2015; Cope et al., 2010).

O termo supermercado surge a partir do latim *super*, “além, sobre”, mais *mercatus*, “local de compra e venda, mercado”, de *merx*, “mercadoria, material para vender”. Este a princípio se tratava de uma forma primitiva de troca de bens

conhecido como escambo e com o tempo houve uma evolução, no período colonial se intensificou as relações comerciais surgindo a necessidade de possuir uma matéria prima de troca universal, iniciando a comercialização com o dinheiro (Brito, Perim & Junior, 2010).

A Associação Brasileira de Supermercados – ABRAS (2002), considerou uma classificação de loja considerando a área de vendas em que elas compreendem, número médio de itens que estão disponíveis, porcentagem de vendas de produtos considerados não alimentares, número de caixas e seções, podendo ser classificadas como: loja de conveniência; loja de sortimento limitado; supermercado compacto; supermercado convencional; superloja; hipermercado; loja de depósito e clube atacadista.

De acordo com Wilder (2003), o mercado brasileiro de supermercados é formado, principalmente, por muitas pequenas empresas, como também de um pequeno grupo de grandes redes, em que a partir de 1990, passaram a ampliar o seu mercado de atuação do nível regional para o nacional, principalmente pela entrada de empresas internacionais.

Os supermercados possuem grande importância no cotidiano das pessoas, geram emprego e disponibilizam para a sociedade os mais variados produtos, representando o último elo da cadeia entre um produto e seus consumidores finais. Como muitos dos produtos comercializados são alimentos, é indispensável a adoção de boas práticas para garantir a segurança e qualidade do alimento (Rios, 2012).

Os supermercados são locais que vão além da compra e venda, acabam sendo um ambiente de lazer para vários clientes, por isso, cada dia, os clientes estão sendo mais exigentes quanto às condições de higiene dos supermercados. Com isso, os clientes estão se tornando mais perceptíveis os riscos que determinadas condições podem causar na saúde deles.

De acordo com Cunha (2008), o formato de questionário a ser escolhido para ser aplicado depende do tipo de análise que será realizada. O questionário deve ser de fácil compreensão. As questões devem estar dispostas em ordem lógica conforme o assunto a ser abordado. Não devem ter margem para respostas tendenciosas e o questionário deve iniciar com os itens mais amplos e de interesse (Babbie, 2012).

Diante do apresentado justifica-se a necessidade de estudar a percepção de risco e conhecimento em higiene por clientes de supermercados, com o objetivo de verificar se os clientes conseguem identificar práticas que podem causar danos à saúde dos consumidos alimentos que ali são comercializados.

2. Metodologia

Amostra

Primeiramente, foi realizado um levantamento das cidades que abrange o Recôncavo Baiano - BA, que é constituído por 25 (vinte e cinco) municípios. Para a amostra, foram escolhidas 5 (cinco), sendo elas: Cruz das Almas, Governador Mangabeira, Muritiba, São Felix e Cachoeira.

A pesquisa foi realizada com 300 (trezentas) pessoas a partir de 18 anos, com nível de escolaridade entre ensino fundamental incompleto até superior completo, que realizam as suas compras em supermercados de pequeno e médio porte em cidades da região do Recôncavo Baiano, BA.

Questionário

Um questionário estruturado foi aplicado para avaliar informações sociodemográficas dos clientes, suas percepções de risco diante de práticas realizadas por supermercados de pequeno e médio porte.

O questionário foi aplicado via *Google Forms*, e o público-alvo foi abordado via redes sociais, *Facebook* e *Instagram*, e por e-mails. Eles receberam um link que os levou automaticamente para o questionário junto com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. O tempo de duração da pesquisa foi de até 15 minutos. O questionário foi baseado na RDC

nº216 de 2004, que dispõe sobre regulamento técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação. Os principais temas abordados no questionário foram: higienização dos equipamentos, edificações, manipuladores de alimentos e matérias primas, totalizando 23 itens a serem avaliados e divididos em três seções, conforme descrito na tabela abaixo. Na Tabela 1 são descritos os itens a serem avaliados nos questionários por clientes de supermercados de pequeno e médio porte do Recôncavo Baiano, BA.

No primeiro bloco foram abordadas perguntas sobre o perfil sociodemográfico dos clientes, com opção de respostas de “múltipla escolha”, com o objetivo de verificar a idade, escolaridade, qual a média de visita aos supermercados.

O segundo bloco foi avaliado a percepção de risco dos clientes, com a opção de resposta de uma escala estruturada de sete pontos, variando de “-3 Extremamente baixo” a “+3 Extremamente alto”, de acordo a metodologia descrita por Raats et al. (1999). O objetivo é verificar se os clientes conseguem identificar riscos que podem gerar em práticas inadequadas em supermercados.

No terceiro bloco constituiu na avaliação de conhecimento de higiene de os clientes, com a opção de resposta de “sim”, “não” e “não sei”. O principal objetivo é verificar se os clientes que vão aos supermercados têm alguma noção de higiene dos supermercados.

Tabela 1 - Questionário de percepção de risco a serem avaliados por clientes de supermercados de pequeno e médio porte do Recôncavo Baiano, BA.

Blocos	Quantidade de itens avaliados
1. Perfil Sociodemográfico	8
2. Percepção de Risco	9
3. Conhecimento de Higiene	6
Total	23

Fonte: Autores.

Análises Estatísticas

Para análise dos resultados foi utilizado o programa Excel do Windows para verificação da frequência e a média dos dados obtidos. Os dados foram tabulados e apresentados em gráficos e tabelas para posteriormente ser realizada a discussão e conclusão.

Comitê de Ética

O presente artigo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade Maria Milza – FAMAM, através do CAAE: 33396220.4.0000.5025.

3. Resultados e Discussão

Bloco 1: Perfil Sociodemográfico

Foram entrevistados 304 (trezentos e quatro) pessoas ao longo de 4 (quatro) meses. O gênero é um fator crítico e que vai influenciar no conhecimento e comportamento dos consumidores (Gong et al., 2016). Dentre esses, 54,3% têm de 18 a 25 anos, sendo o maior público-alvo da pesquisa; 27% de 26 a 35 anos; 11,2% de 36 a 45 anos; 7,2% acima de 46 anos. Dentre esses, 64,8% foram mulheres, o que era esperando, pois, as mulheres são consideradas as que tem a função de fazer compras e 35,2% homens. Também pode ser considerado que as mulheres utilizam mais as redes sociais do que os homens, e com isso a facilidade em responder o questionário que foi proposto pelas redes sociais. A porcentagem de homens é menor que a das

mulheres pois, eles são citados como não responsáveis pelas compras de alimentos das famílias e por isso, não costumam ir tanto aos supermercados. Embora a contribuição dos homens para as tarefas domésticas esteja aumentando, as mulheres ainda realizam a maioria das tarefas domésticas de rotina e, portanto, têm mais responsabilidades no que diz respeito ao supermercado, casa, cozinha e gestão de funcionários (Man Yee Kan et al., 2011).

A cidade de maior predominância nesta pesquisa foi Curitiba, com 78% dos entrevistados, seguidos por: Cachoeira, São Félix, Governador Mangabeira e Cruz das Almas, com 7,6%, 6,6%, 5,9% e 2%, respectivamente.

Os níveis educacionais tiveram efeitos significativos sobre o conhecimento, percepção de risco. Em relação a escolaridade, 44,7%, se classificou como que já tem o “Ensino Médio Completo”, 32,6% “Ensino Superior Incompleto”, foram as que tiveram maior entrevistados. Quanto a “Ensino Fundamental Incompleto”, 2,6%; “Ensino Fundamental Completo”, 1,6%; “Ensino Médio Incompleto”, 6,2%; “Ensino Superior Incompleto”, 12,2%

Quando perguntados sobre a renda, a de maior predominância foi de R\$ 1 001,00 a 2 000,00. Sendo 57,6% dos entrevistados. Menor que R\$ 1 000,00, correspondeu a 27,9% e Maior de R\$ 2001,00, 14,5%.

Quando perguntados aos clientes quantas vezes eles costumam ir aos supermercados, 48% responderam que 1 vez por semana, 40,1% de 2 a 4 vezes por semana e 11,8% mais de 5 vezes por semana. E em relação a qual tipo de supermercado, de pequeno ou médio porte, 70,7% responderam que vão a supermercados de pequeno porte e 29,3% ao de médio porte. Em relação ao horário que costuma ir, os clientes disseram que o horário que mais vão é de Manhã, com 47%, Tarde com 28% e Noite 25%.

Bloco 2: Percepção De Risco

O conhecimento das pessoas tem um grande impacto na sua percepção de risco em segurança dos alimentos. Quando maior o conhecimento, maior a percepção de risco em segurança dos alimentos (Knight e Warland, 2005; Nardi et al., 2020).

A forma como os consumidores vão responder às perguntas sobre segurança dos alimentos estão associadas diretamente às suas percepções de risco. O risco é um fator determinantes e importante para as escolhas alimentares dos consumidores (Knight et al., 2009), os consumidores são mais estimulados a buscar informações sobre a segurança dos alimentos se estiverem preocupados com os riscos que podem acontecer (Knight & Warland, 2005). As preocupações dos consumidores, estão associadas aos comportamentos que são praticados para avaliar os riscos (Frewer, 2004; Shaw, 2004).

Na Tabela 2, estão descritos os resultados das perguntas realizadas aos clientes referentes ao Bloco 2: Percepção de Risco.

A primeira pergunta os consumidores foi “Qual o risco de você comprar um produto vencido nos supermercados que não tem controle de estoque?”, 37,2%, disseram que o risco “Razoavelmente alto”. O controle de estoque é muito importante, visto que, e é através dele que os donos dos estabelecimentos vão ter o controle do alimentos que já estão vencido ou quando vão vencer, além de também não diminuir prejuízo.

Também é importante destacar que os consumidores não têm o costume de olhar o vencimento de produtos quando vamos comprar. Apesar dos consumidores reconhecerem os riscos e as gravidades que o consumo de alimentos vencidos pode ter, muitas das vezes os consumidores não dão importância para essa validade (Hall-Phillips & Shah, 2017) como também os riscos que estão envolvidos com a sua compra e o seu consumo, além de também não saber proceder em relação ao produto que esteja vencido (Tsiros & Heilman, 2005; Lindemann et al., 2016). Em relação as escalas consideradas “Baixo, -3, -2 e -1” 13,7% dos consumidores mostraram que o controle de estoque não vai interferir na questão de vender um produto vencido.

Para o segundo e terceiro questionamento “Qual o risco de você comprar frutas estragadas quando elas não estão sendo armazenadas adequadamente” e “Qual o risco de você passar mal se comprar uma carne que ficou em um freezer/refrigerador que foi desligado a noite?”, 29,6%, dos consumidores disseram que é “Razoavelmente alto”.

Em relação a “Qual o risco de você passar mal se comprar um pão que foi manipulado por um manipulador que estava doente?” quarto questionamento, 29,6% disseram que é “Razoavelmente alto” e 9,9% “Regular”. A Resolução da Diretoria Colegiado nº216/2004, que trata das Boas Práticas em Serviços de Alimentos, determinar que os manipuladores que apresentarem lesões e ou sintomas de enfermidades que possam comprometer a qualidade higiênico-sanitária dos alimentos devem ser afastados da atividade de preparação de alimentos enquanto persistirem essas condições de saúde (Brasil, 2004).

Quando questionados sobre “Qual o risco de você passar mal, quando o mesmo atendente que corta a carne também trabalha no caixa do supermercado”, 22,4% dos entrevistados disseram que é “Pouco Baixo”. A Resolução da Diretoria Colegiado nº216/2004, salienta que os manipuladores não devem fumar, falar desnecessariamente, cantar, assobiar, espirrar, cuspir, tossir, comer, manipular dinheiro ou praticar outros atos que possam contaminar o alimento, durante o desempenho das atividades (Brasil, 2004).

Quando perguntado aos clientes qual a opinião dele sobre: “Qual o risco de você passar mal se consumir um queijo fatiado que não estava armazenado em temperatura correta?” 27,6% dos clientes responderam que “Razoavelmente alto”. O armazenamento de produtos alimentícios deve ser realizado de forma correta para que não ocorra contaminação. Segundo Macedo et al. (2014), em setores que realizam o fatiamento muitas vezes não ocorre a inspeção ou controle para garantir a segurança dos consumidores, diante disse é imprescindível que os fatiados sejam armazenados a temperatura adequado, abaixo de 7°C. Em relação a sétima pergunta: “Qual o risco de você passar mal ao consumir um o bolo que estava há 3 dias no balcão de frios da padaria do supermercado?”, 32,2% dos pesquisados responderam que “Razoavelmente alto”. De acordo com Resolução da Diretoria Colegiada, nº43, de 1 de setembro de 2015, os produtos de panificação devem ficar refrigerados a uma temperatura de 5°C e por até 5 dias, mas quando armazenados a temperatura maiores tem maior probabilidade de ocorrência de contaminação (Brasil, 2015)

“Qual o risco de você passar mal quando as facas que cortam a carne ficam expostas a sujidades sem proteção alguma?” e “Qual o risco de você passar mal, quando os manipuladores de carnes não estão uniformizados adequadamente?”, 31,9% e 31,3%, respectivamente em “Razoavelmente alto”. A contaminação cruzada é um dos principais meios para que ocorra a contaminação dos alimentos, de acordo com a RDC 206/2004, Durante a preparação dos alimentos, devem ser adotadas medidas a fim de minimizar o risco de contaminação cruzada. Deve-se evitar o contato direto ou indireto entre alimentos crus, semipreparados e prontos para o consumo (Brasil, 2004).

Tabela 2 - Resultados das perguntas para o Bloco 2: Percepção de Risco.

Perguntas	*Escala Estruturada (%)						
	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3
1 - Qual o risco de você comprar um produto vencido nos supermercados que não tem controle de estoque?	3,9	4,9	4,9	11,5	22,7	37,5	14,5
2 - Qual o risco de você comprar frutas estragadas quando elas não estão sendo armazenadas adequadamente	7,6	7,6	7,2	9,5	21,7	29,6	16,8
3 - Qual o risco de você passar mal se comprar uma carne que ficou em um freezer/refrigerador que foi desligado a noite?	3,3	4,9	7,6	8,9	24	29,6	21,4
4 - Qual o risco de você passar mal se comprar um pão que foi manipulado por um manipulador que estava doente?	2,3	7,6	6,9	9,9	21,7	29,6	21,7
5 - Qual o risco de você passar mal, quando o mesmo atendente que corta a carne também trabalha no caixa do supermercado?	4,6	2,6	8,9	8,6	22,4	21,3	21,4
6 - Qual o risco de você passar mal se consumir um queijo fatiado que não estava armazenado em temperatura correta?	2,3	5,3	7,2	11,5	23	27,6	22,7
7 - Qual o risco de você passar mal ao consumir um o bolo que estava há 3 dias no balcão de frios da padaria do supermercado?	2	4,3	6,9	12,2	20,4	32,2	21,7
8 - Qual o risco de você passar mal quando as facas que cortam a carne ficam expostas a sujidades sem proteção alguma?	2	4,3	6,6	9,2	20,7	31,9	25
9 - Qual o risco de você passar mal, quando os manipuladores de carnes não estão uniformizados adequadamente?	2	8,6	7,9	9,9	22	31,3	18,4

*3 Extremamente baixo; -2 Razoavelmente baixo; -1 Pouco baixo; 0 Regular; +1 Pouco alto; +2 Razoavelmente alto; +3 Extremamente alto.

Fonte: Autores.

Bloco 3: Conhecimento em Higiene

Por definição da Resolução nº 216, de 15 de setembro de 2004, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA, boas práticas podem ser entendidas como procedimentos que devem ser adotados por serviços de alimentação a fim de garantir a qualidade higiênico-sanitária e a conformidade dos alimentos com a legislação sanitária (BRASIL, 2004).

Na Tabela 3, estão descritos os resultados das perguntas realizadas aos clientes referentes ao Bloco 3: Conhecimento em Higiene.

Tabela 3 - Resultados das perguntas para o Bloco 3: Conhecimento em Higiene.

PERGUNTAS	Opções de Resposta		
	SIM	NÃO	NÃO SEI
1 – O Supermercado em que você costuma frequentar, o/a atendente da padaria usa algum tipo de adorno (brincos, pulseiras, batom, relógio) e/ou maquiagem?	42,8%	44,7%	12,5%
2 – O supermercado em que você costuma frequentar, tem uma pessoa que fica somente no caixa?	50,7%	36,5%	12,8%
3 – O supermercado em que você costuma frequenta, sempre estão com as prateleiras e o chão limpos?	39,8%	42,4%	17,8%
4 – O supermercado em que você costuma frequentar, a parte dos frios é distante da parte de frutas, legumes e hortaliças?	31,6%	47,7%	20,7%
5 – O supermercado em que você costuma frequentar, os atendentes costumam usar os uniformes adequadamente (touca, máscara, luvas)?	34,9%	50,7%	14,5%
6 - O supermercado em que você costuma frequentar, o setor de padaria é bem limpo?	32,6%	43,4%	24%

Fonte: Autores.

Os entrevistados 304 (trezentos e quatro) pessoas entrevistadas, também foram questionados referentes a conhecimento em higiene em supermercados. Quando questionados sobre se “O Supermercado em que você costuma frequentar, o/a atendente da padaria usa algum tipo de adorno (brincos, pulseiras, batom, relógio) e/ou maquiagem?”, 42,8% disseram que no supermercado que costumam frequentar usam algum tipo de adorno, o que vai de encontro com o que diz a Resolução nº 216, de 15 de setembro de 2004, que dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação, salienta que durante a manipulação, devem ser retirados todos os objetos de adorno pessoal e a maquiagem. Essa percentagem é preocupante, visto que, é perigoso o uso de adornos que são caracterizados como perigos físicos que podem prejudicar a saúde dos consumidores. Outro dado que pode se tornar preocupante, é que 12,5% dos entrevistados dizem que não sabem se usam ou não adornos, o que pode levar a uma falta de conhecimento em higiene, e com isso o julgamento nas decisões de controle de qualidade.

Em relação a segunda pergunta, “O supermercado em que você costuma frequentar, tem uma pessoa que fica somente no caixa?”, 50,7% dos entrevistados afirmaram que sim, que só tem uma pessoa que fica somente no caixa. A RDC 206/2004, preconiza que os manipuladores não devem fumar, falar desnecessariamente, cantar, assobiar, espirrar, cuspir, tossir, comer, manipular dinheiro ou praticar outros atos que possam contaminar o alimento, durante o desempenho das atividades (Brasil, 2004).

Quando questionados sobre o conhecimento de higiene em relação se “O supermercado em que você costuma frequenta, sempre estão com as prateleiras e o chão limpos?” e “O supermercado em que você costuma frequentar, o setor de padaria é bem limpo?”, é importante ressaltar que a higiene de qualquer serviço que trabalhem com alimentos deverá ser exemplar e ser realizada todo dia e da forma correta, como recomenda a Resolução nº 216/2004 (Brasil, 2004) preconiza que as instalações, os equipamentos, móveis e utensílios devem ser mantidos em condições higiênico-sanitárias apropriadas e as operações de higienização e sanitização realizadas com frequência e por funcionário comprovadamente capacitados, garantindo a manutenção dessas condições e minimizando o risco de contaminação aos alimentos.

Questionados sobre se “O supermercado em que você costuma frequentar, a parte dos frios é distante da parte de frutas, legumes e hortaliças?”, 47,7% dos entrevistados disseram que não. É importante também destacar que os frios e as frutas, legumes e hortaliças devem ser conversadas separadamente, principalmente por conta da diferença em temperaturas. De acordo com Azevedo, et. al. (2002), os embutidos e frios, devem ser mantidos sob refrigeração, e as hortaliças e frutas, devem ser armazenadas em locais frescos ou sob refrigeração; as folhosas devem ser ou consumidas no mesmo dia da compra ou envolvidas em papel ou plástico e colocadas sob refrigeração.

Em Relação se “O supermercado em que você costuma frequentar, os atendentes costumam usar os uniformes adequadamente (touca, máscara, luvas)?”, 50,7% disseram que não, sendo um dado preocupantes, pois, utilização dos uniformes completos é essencial para que a manipulação dos alimentos seja adequada. A Resolução 206/2004, que regulamenta os serviços de alimentação, os manipuladores devem ter asseio pessoal, apresentando- se com uniformes compatíveis à atividade, conservados e limpos. Os uniformes devem ser trocados, no mínimo, diariamente e usados exclusivamente nas dependências internas do estabelecimento. As roupas e os objetos pessoais devem ser guardados em local específico e reservado para esse fim. Os manipuladores devem usar cabelos presos e protegidos por redes, toucas ou outro acessório apropriado para esse fim, não sendo permitido o uso de barba. As unhas devem estar curtas e sem esmalte ou base. Durante a manipulação, devem ser retirados todos os objetos de adorno pessoal e a maquiagem.

De acordo com Gomes (2011), os uniformes podem ser uma via de contaminação dos alimentos, por isso é importante que sejam apresentados de forma que sejam compatíveis com as suas funções e de bom estado e bem levados. Quando não utilizados de forma completa e adequada, podem colocar em risco tanto a produção de alimentos, quanto também a saúde dos manipuladores. Os adornos pessoais, também podem ser fontes de microrganismos

4. Conclusão

Diante do apresentado, é possível concluir que através do questionário foi possível observar que os clientes de supermercados conseguem ter uma percepção dos riscos que podem ter certas atitudes realizadas pelos supermercados, como também conseguem avaliar as condições de higiene em que eles se encontram, sendo possível ter o poder de escolha em qual supermercado ir sendo o que oferece a melhor qualidade em higiene em seus produtos. Com um julgamento em percepção de risco e conhecimento em higiene, os clientes podem opinar sobre os possíveis efeitos adversos que podem causar na segurança dos alimentos, o que pode influenciar diretamente a percepção, julgamento e intenção de compras dos consumidores, por isso que é muito importante que os clientes busquem formas de conhecer as regras de higiene impostas pelas legislações.

Referências

- Angelillo, I. F., Foresta, M. R., Scozzafava, C., & Pavia, M. (2001) Consumers and oodborne diseases: knowledge, attitudes and reported behaviour in one region of Italy. *International Journal of Food Microbiology*, 161-166
- Arendt, S., Rajagopal, L., Sthihbehn, C., Stokes, N., Meyer, J., & Mandernach, S. Reporting of foodborne illness by U.S. consumers and healthcare professionals. (2013) *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 3684-3714.
- Associação Brasileira De Supermercados (ABRAS). (2002) 50 Anos de Supermercados no Brasil. ABRAS.
- Azevedo, A. M. F., et. al. (2002). Manual do preparador e manipulador de alimentos. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Saúde.
- Babbie, E. Survey Research. (2012) *In: The practice of social research*. (13a ed.), Belmont1, Wadsworth, cap. 9, 253-294.
- Bassarak, C., Pfister, H. R., & Bohm, G. (2017). Disputa e moralidade na percepção dos riscos sociais: estendendo o modelo psicométrico. *Journal of Risk Research*, 299 – 325
- Brasil. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC nº. 216, de 15 de setembro de 2004. (2004). *Dispõe sobre regulamento técnico de Boas Práticas para serviços de alimentação*. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 15 set. Seção 1, p.101-162.

- Brasil. Resolução - RDC Nº 43, DE 1º DE SETEMBRO DE 2015. (2015). *Dispõe sobre a prestação de serviços de alimentação em eventos de massa*. Diário Oficial da União. Publicado em: 02/09/2015 | Edição: 168 | Seção: 1 | Página: 63
- Brito, F. F. S, Perim, M. L. S, & Junior, E. R. (2010). *Plano Estratégico Para Supermercados: Um estudo de caso da empresa Mercantil Extra com utilização da Matriz SWOT*.
- Charlebois, S., & Summan, A. (2015). A risk communication model for food regulatory agencies in modern Society. *Trends in Food Science & Technology*, 153-165
- Conchar, M. P., Zinkhan, G. M., Peters, C., & Olavarrieta, S. (2004) An integrated framework for the conceptualization of consumers' perceived-risk processing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 418-436
- Cope, S., Frewer, L.J., Houghton, J, Rowe, G., Fischer, A.R.H., & Jonge, S. (2010). Consumer perceptions of best practice in food risk communication and management: Implications for risk analysis policy. *Food Policy*, 349-357
- Cunha, A. M. (2008). *Ciência, Tecnologia e Sociedade: construção e validação de uma escala de atitudes*. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Campinas.
- Dundes, L., & Rajapaksa, S. (2001) Scores and grades: A sampling of how college students and food safety professionals interpret restaurant inspection results. *Journal of Environmental Health*, 14-19
- Frewer. L. (2004). The public and effective risk communication. *Toxicology Letters*, 149, 391-397
- Gomes, M. F. F. A. (2011). *Unidades produtoras de refeições dos meios de hospedagem de Maceió: avaliação dos requisitos de Boas Práticas na manipulação de alimentos*. Maceió. 122f. Dissertação de Mestrado em Nutrição. Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de nutrição.
- Gong, S., Wang, X., Yang, Y., & Bai, L. (2016). Knowledge of food safety and handling in households: A survey of food handlers in mainland China. *Food Control*, pp. 45-53
- Hall-Phillips, A., & Shah, P. (2017). Unclarity confusion and expiration date labels in the United States: A consumer perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 118-126.
- Hou, Y., & Zhang, Z. (2017). The effect of perceived risk on information search for innovative products and services. *Journal of Consumer Marketing*, pp. 241-254
- J. Hansen, J., Holm, L., Frewer, L., Robinson, P., & Sandøe, P. (2003). Beyond the knowledge deficit: Recent research into lay and expert attitudes to food risks. *Appetite*, 111-121
- Knight, A. J., Worosz, M. R., & Todd, E. C. (2009). Dining for safety: Consumer perceptions of food safety and eating out. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 471-486
- Knight, A.J., & Warland, R. (2005) Determinants of food safety risks: a multi-disciplinary approach. *Rural Sociol.*, 70(2), 253-275.
- Lindemann, I. L., Silva, M. T. D., César, J. G., & Mendoza-Sassi, R. A. (2016). Leitura de rótulos alimentares entre usuários da atenção básica e fatores associados. *Cadernos Saúde Coletiva*, 24(4), 478- 486.
- Loxton, M., Truskelt, R., Scarf, B., Sindone, L., Baldry, G., & Zhao, Y (2020). Consumer behaviour during crises: Preliminary research on how coronavirus has manifested consumer panic buying, herd mentality, changing discretionary spending and the role of the media in influencing behaviour. *Journal of Risk and Financial Management*, p. 166
- Luo, X., Xu, X., Chen, H., Bai, R., Zhang, Y., Hou, X., & Zha, Y. (2019). Food safety related knowledge, attitudes, and practices (KAP) among the students from nursing, education and medical college in Chongqing, China. *Food Control*, 181-188
- Man Yee Kan, M. Y., Sullivan, O., & Gershuny, J. (2011). Gender convergence in domestic work: Discerning the effects of interactional and institutional barriers from large-scale data. *Sociology*, 234 251
- Moreb, N. A., Priyadarshini, A., & Jaiswal, A. K. (2017). Knowledge of food safety and food handling practices amongst food handlers in the Republic of Ireland. *Food Control*, 341-349
- Murray, R., Glass-Kaastra, S., Gardhouse, C., Marschall, B., Ciampa, N., & Franklin, K. (2017). Canadian consumer food safety practices and knowledge: Foodbook study. *Journal of Food Protection*, 1711-1718
- Nesbitt, A., Thomas, M. K., Maschall, B., Snedeker, K., Meleta, K., & Watson, B. (2014). Baseline for consumer food safety knowledge and behaviour in Canada. *Food Control*, 157-173
- Osaili, T. M., Obeidat, B. A., Jamous, D. O. A., & BawadI, H. A. (2011). Food safety knowledge and practices among college female students in north of Jordan. *Food Control*, 269-276
- Park, C. W., Mothersbaugh, D. L., & Feick, L. (1994). Consumer knowledge assessment. *Journal of Consumer Research*, 71-82
- Patil, S. R., Cates, S., & Morales, R. (2005). Consumer food safety knowledge, practices and demographic differences: findings from a meta-analysis. *Journal of Food Protection*, 1884-1894
- Raats, M. M., Sparks, P, Geekie, M. A., & Shepherd, R. (1999). The effects of providing personalized dietary feedback. A semi-computerized approach. *Patient Education and Counseling*, 37(2), 177-189.

- Rios, T. C. (2012). Boas Práticas em Supermercados e na Central de Armazenamento e Distribuição. 2012. 56f. Monografia (Graduação em Engenharia de Alimentos), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Sharif, L., & AL-Malki, T. (2010). Knowledge, attitude and practice of Taif university. *Food Control*, 55-60
- Shaw, A. (2004) Discourse of risk in lay accounts of microbiological safety and BSE: A qualitative study. *Health, Risk & Society*, 6 151-171
- Sitkin, S. B., & Pablo, A. L. (1992). Reconceptualizing the determinants of risk behavior. *Academy of Management Review*, 9-38
- Sjöberg, L. (2000). Factors in risk perception. *Risk Analysis*, 1
- Sturges, D. L. (1994). Communicating through crisis: A strategy for organizational survival. *Management Communication Quarterly*, 297-316
- Tsiros, M., & Heilman, C. M. (2005). The effect of expiration dates and perceived risk on purchasing behavior in grocery store perishable categories. *Journal of Marketing*, 69(2), 114-129.
- V. A. M. Nardi, *et al.* (2020). A meta-analytic review of food safety risk perception *Food Control*, p. 112.
- Wilder, A. (2003). Mudanças no setor supermercadista e a formação de associações de pequenos supermercados. 189 f. (Dissertação de Mestrado). Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz.
- Xiong, J., Liu, Y., & Xie, X. (2011). Representação mental de incidentes de segurança alimentar: uma exploração. *Acta Scientiarum Naturalium Universitatis Pekinensis* 175 – 184.
- Yasemin, A., Husevin, G., & Isil, S. (2013). University students' knowledge and practices of food safety. *Anthropologist*, 677-684
- Ye, Y., Zhang, Q., Ruan, Z., Cao, Z., Xuan, Q., & Zeng, D. D. (2020). Effect of heterogeneous risk perception on information diffusion, behavior change, and disease transmission. *Physical Review E*, 102(4), 042314.
- Yeung, R.M., & Morris, J. (2001) Food safety risk: Consumer perception and purchase behaviour. *British Food Journal*, 170-187.